

La construcción de la identidad digital: estrategias, herramientas y casos. Conferencia de Esteban Romero Frías

Conferencia impartida por Esteban Romero Frías, profesor de Economía de la Universidad de Granada, el día 19 de mayo de 2015, en el marco del título propio de la Universidad de Málaga «Curso de especialización en Historia del Arte Digital».

Uno de los aspectos fundamentales de nuestra sociedad digital viene dado por la refundación de los procesos de difusión y comunicación del conocimiento producido. Las herramientas y plataformas digitales, algunas de ellas diseñadas específicamente para agilizar estos procesos, implican el aprendizaje de nuevas habilidades, así como la puesta en acción de estrategias radicalmente diferentes a los mecanismos y cauces que tradicionalmente han caracterizado los procesos de comunicación en el ámbito académico.

Para afrontar este reto, el profesor Esteban Romero Frías, experto en comunicación digital, expuso en una sesión eminentemente práctica las claves que definen el nuevo paradigma comunicativo, entre ellas, la importancia de cuidar la reputación digital, los riesgos de intoxicación y distracciones, la inclusión de la dimensión emocional y experiencial, la conveniencia de elegir bien las plataformas y canales en función del tipo de comunicación que se desee realizar y, fundamentalmente, el cuidado de la calidad de los contenidos como base de la significatividad de todo proceso comunicativo.

Asimismo, realizó un análisis de las distintas herramientas y aplicaciones actualmente disponibles, desde los gestores de contenidos, como Wordpress; instrumentos de coordinación, como Trello o Moxtra; los gestores de *mailing*, como Mailchimp; las plataformas para la publicación de versiones y trabajos en proceso, como GitHub; hasta las herramientas de análisis de datos, como las que proporciona Google Analytics.

Igualmente importante es abordar la problemática de las licencias para la reutilización y difusión de los contenidos publicados digitalmente. En este sentido, el profesor Romero Frías realizó una revisión de las distintas iniciativas actualmente vigentes que representan una alternativa a los procedimientos tradicionales de *copyright*, como Creative Commons.

La última parte de la conferencia estuvo centrada en el análisis de las redes sociales y las cuestiones asociadas a su gestión y mantenimiento.

Toda la conferencia estuvo basada en un estudio de caso concreto: la estrategia de comunicación de la candidatura de Pilar Aranda en las elecciones a rector/a de la Universidad de Granada. Este planteamiento proporcionó a los participantes ejemplos concretos de aplicación, en los que se abordaron tanto las iniciativas exitosas como los problemas surgidos y las soluciones aportadas.

Resumen realizado por Nuria Rodríguez Ortega (Universidad de Málaga, nro@uma.es)